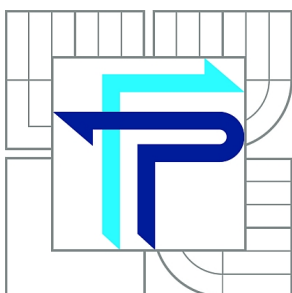




VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV INFORMATIKY

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF INFORMATICS

PREZENTACE NA INTERNETU A REDAKČNÍ SYSTÉMY

INTERNET PRESENTATIONS AND CONTENT MANAGEMENT SYSTEMS

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE
BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE
AUTHOR

JAN WISLA

VEDOUCÍ PRÁCE
SUPERVISOR

doc. Ing. MILOŠ KOCH, CSc.

BRNO 2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Wisla Jan

Manažerská informatika (6209R021)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává bakalářskou práci s názvem:

Prezentace na internetu a redakční systémy

v anglickém jazyce:

Internet Presentations and Content Management Systems

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Cíle práce, metody a postupy zpracování

Teoretická východiska práce

Analýza problému

Vlastní návrhy řešení

Závěr

Seznam použité literatury

Přílohy

Seznam odborné literatury:

GUTMANS, Andi. Mistrovství v PHP 5. 1.vyd. Brno: Computer Press, 2005. 520 s. ISBN 80-251-0799-X.

KRČMÁŘ, Jakub. Adobe Photoshop praktický webdesign. 1.vyd. Praha: Grada, 2007. 204 s. ISBN 80-247-1423-X.

WEINMAN, Lynda. Velká kniha webdesignu. 1.vyd. Brno: Zoner Press, 2004. 528 s. ISBN 80-868-1510-2.

MCNULTY, Scott. WordPress: efektivní publikování na webu. 1.vyd. 256 s. Brno: Zoner Press, 2009. ISBN 978-80-7413-042-7.

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Miloš Koch, CSc.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2009/2010.

L.S.

Ing. Jiří Kříž, Ph.D.
Ředitel ústavu

doc. RNDr. Anna Putnová, Ph.D., MBA

V Brně, dne 02.06.2010

Abstrakt

Bakalářská práce je zaměřena na tvorbu internetových prezentací s využitím redakčních systémů. Práce se skládá ze dvou částí a to z části teoretické a praktické. Teoretická část bude zaměřena na problematiku internetu, webových stránek a jejich vývoje. Dále pak na redakční systémy (CMS), vysvětlení jejich principů, jejich funkční možnosti a důvody proč a kdy redakční systém použít. V praktické části je vytvořen kompletní návrh webové stránky pro firmu AR CARS s.r.o., který bude nasazen na již hotový open source redakční systém.

Abstract

Bachelor thesis is focused on creating web presentations using content management systems. The work consists of two parts - the theoretical and practical. The theoretical part will focus on issues of content management systems (CMS), an explanation of their principles, their functionality and the reasons why and when to use content management system. In the practical part is developed web site design for AR CARS s.r.o., which uses open source content management system.

Klíčová slova

internetová prezentace, webová stránka, redakční systém, internetový marketing, webdesign, www, html, css, php, sql

Keywords

internet presentation, web site, content management system, internet marketing, webdesign, www, html, css, php, sql

Bibliografická citace mé práce

WISLA, J. *Prezentace na internetu a redakční systémy*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2010. 58 s. Vedoucí bakalářské práce doc. Ing. Miloš Koch, CSc.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval jsem ji samostatně.

Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušil autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Havířově dne 1. 06. 2010

Jan Wisla

Poděkování

Rád bych poděkoval panu doc. Ing. Miloši Kochovi, CSc. Za jeho pomoc, rady a připomínky a především čas, který mi věnoval při vypracování této bakalářské práce.

Dále bych rád poděkoval společnosti AR CARS s.r.o., která mi vyšla vstříc a ochotně poskytla data a podklady pro vypracování firemní webové stránky, která je součástí této práce.

OBSAH

Úvod	8
Cíle práce a postupy.....	9
Vymezení problému	9
Zvolené postupy	9
Cíl práce	9
1. Teoretická východiska	10
1.1. Internet a webové stránky	10
1.1.1. World Wide Web	10
1.2. Tvorba webových stránek	11
1.2.1. Značkovací jazyky	12
1.2.2. Programovací (skriptovací) jazyky	15
1.2.3. Databázové systémy	17
1.2.4. Grafický design webových stránek	18
1.3. Redakční systémy	19
1.3.1. Proč jsou redakční systémy důležité	20
1.3.2. Komu jsou redakční systémy určeny	20
1.3.3. Funkčnost a možnosti redakčních systémů	20
1.3.4. Možnosti vývoje vlastního a nákupu hotového redakčního systému	24
2. Analýza problému	25
2.1. Profil společnosti AR Cars s.r.o.	25
2.1.1. O společnosti.....	25
2.1.2. Kontaktní údaje	26
2.2. Specifikace požadavků firmy na webovou prezentaci	27
2.2.1. Obsah a informační struktura	27
2.2.2. Požadované funkce redakčního systému.....	27
2.2.3. Design a corporate identity	28
2.3. Současná webová prezentace firmy	28
2.3.1. Hlavní nedostatky současné webové prezentace.....	28
2.3.2. SWOT analýza současné webové prezentace firmy.....	31
2.4. Analýza firmy a produktů v rámci internetového marketingu	33
2.4.1. Analýza klíčových slov	33
2.5. Současná nabídka open-source redakčních systémů na trhu.....	35

2.5.1.	Wordpress 2.9.2	35
2.5.2.	Drupal 6.16.....	36
2.5.3.	Joomla 1.517	37
3.	Vlastní návrh řešení.....	38
3.1.	Návrh vhodné informační struktury a menu webové stránky	38
3.2.	Výběr redakčního systému, domény a hostingu.....	40
3.2.1.	Výběr redakčního systému	40
3.2.2.	Doména webové stránky firmy	40
3.2.3.	Výběr hostingových služeb	41
3.3.	Instalace, úpravy a nastavení redakčního systému.....	42
3.3.1.	Instalace redakčního systému.....	42
3.3.2.	Základní nastavení redakčního systému.....	44
3.3.3.	Instalace potřebných plug-inů	45
3.4.	Návrh designu stránky.....	48
3.5.	Tvorba a nasazení šablony pro redakční systém	50
3.5.1.	Rozřezání a nakódování návrhu designu.....	50
3.5.2.	Vytvoření a nasazení šablony.....	50
3.6.	Internetový marketing	51
3.6.1.	Optimalizace pro vyhledávače (SEO).....	51
3.6.2.	Reklamní systémy	52
3.6.3.	Propojení s komunitními a sociálními sítěmi	53
4.	Závěr	55
	Seznam použité literatury.....	56
	Knižní zdroje.....	56
	Internetové zdroje	56
	Seznam obrázků	58
	Seznam tabulek	58

Úvod

Nacházíme se v tzv. době internetu, kolem kterého se točí celý svět, ať už obchodní nebo ten náš soukromý osobní. Internet se stal nedílnou součástí našeho života a v současné době by si většina obyvatel této planety nedokázala život bez něj ani představit. Internet se tak vyvinul z pouhé nekomerční sítě v multi-miliardový byznys.

Žijeme v době, kdy je naprosto běžné, nakupovat přes internet celé spektrum produktů od oblečení, přes elektroniku až po potraviny. Když se dnes člověk chystá na dovolenou do zahraničí, nemusí již nikam chodit. Na internetu existuje většina cestovních kanceláří a agentur. Není žádný problém si zarezervovat letenky i hotel přes internet. Zároveň si prohlédnout fotografie, videa z cílové destinace, případně si přečíst osobní zážitky a hodnocení ostatních lidí na některém z nepřeberného množství cestovatelských deníčků.

Toho si je dnes vědoma již většina firem a podniků po celém světě a proto se dnes všichni snaží potenciál internetové sítě maximálně využít. Dnes už také existuje nepřeberné množství firem, které dokázaly celé své podnikání postavit právě jen čistě na internetu. Příkladem mohou být internetové obchody, internetové magazíny a v poslední době také sociální sítě apod.

Firmám a jejich podnikání už nestačí jen to, že na internetu „jsou“, ale musí na něm hlavně „fungovat“ a maximálně využívat jeho potenciál. U malých a středních firem tedy nestačí vystavit na internet jen jednoduchou statickou prezentaci se zastaralými informacemi. Je potřeba se zákazníky i s těmi potencionálními komunikovat a podávat jim aktuální informace. To značně usnadňují právě redakční systémy, na kterých je možné jednoduše postavit rozsáhlé dynamické stránky. Ty je pak možné jednoduše aktualizovat a komunikovat se zákazníky přímo samotnými zaměstnanci firmy, kteří nemají s programováním a tvorbou webových stránek žádné zkušenosti a znalosti.

Cíle práce a postupy

Vymezení problému

Hlavním problémem, jehož řešení se tato práce bude snažit nastínit je vytvoření návrhu nové webové stránky firmy AR Cars s.r.o., které budou postaveny na redakčním systému.

Zvolené postupy

Postup práce se bude skládat z několika kroků. Prvním krokem bude analýza současných webových stránek firmy a zjištění jejich nedostatků. V další fázi bude vybrán open source redakční systém, který by bylo vhodné pro nový firemní web použít. V poslední fázi pak bude vytvořen návrh nové webové stránky a jeho provázání s vybraným redakčním systémem.

Cíl práce

Na začátku této práce bych rád osvětlil problematiku webových stránek, jejich možností a především jejich tvorbu. Poukážu na nejdůležitější technologie, které se dnes při tvorbě webových stránek používají a jak je ideálně využít. Dále bych se chtěl věnovat hlavnímu tématu, kterým jsou redakční systémy. Rád bych vysvětlil, co to redakční systémy jsou a poukázal na jejich možnosti, funkcionalitu a jak je co nejlépe využít v oblasti malých a středních firem při budování internetové prezentace.

Hlavním cílem je pak kompletní návrh webové prezentace firmy AR Cars s.r.o., která bude postavena na open source redakčním systému. Součástí bude návrh informační struktury webové stránky, jejího obsahu a také návrh grafického designu. Dále pak výběr a příprava hostingu, instalace redakčního systému, jeho nastavení a technické úpravy pro účely webové prezentace firmy.

1. Teoretická východiska

1.1. Internet a webové stránky

Internet jako takový je v podstatě klasická počítačová síť, lépe řečeno je to systém navzájem propojených počítačových sítí. Podobnou můžeme najít v domácnostech nebo ve firmách, jen je mnohonásobně rozsáhlejší. Je to síť pokrývající celý svět a skládá se z mnoha a mnoha serverů a koncových počítačů.

První projekt na vytvoření počítačové sítě pochází z roku 1964. Vypracovala jej agentura ARPA¹, spadající pod americké ministerstvo obrany. Dne 29. října 1969 pak byla zprovozněna první počítačová síť ARPANET. Samotný pojem „internet“ vzniká až v roce 1987. Během následujících 30 let se počet uživatelů neustále zvyšoval a v roce 2006 přesáhl hodnotu jedné miliardy. [Hadrava, 2009]

1.1.1. World Wide Web

WWW (World Wide Web) kráceně jen web se stala jednoznačně nejoblíbenější službou internetu. Vše začalo počátkem 90. let, kdy se datuje vznik webových stránek. Tehdy Tim Berners-Lee navrhl jazyk HTML a protokol HTTP, naprogramoval první webový prohlížeč a spustil první webový server.

Za uplynulých 20 let jsme se pak přesunuli od jednoduchých statických webových stránek skládající se z několika propojených stránek textu ke komplexním dynamickým stránkám, obsahující obrovské množství textu, obrázků, animací, videí, odkazů a dalšího multimediálního obsahu.

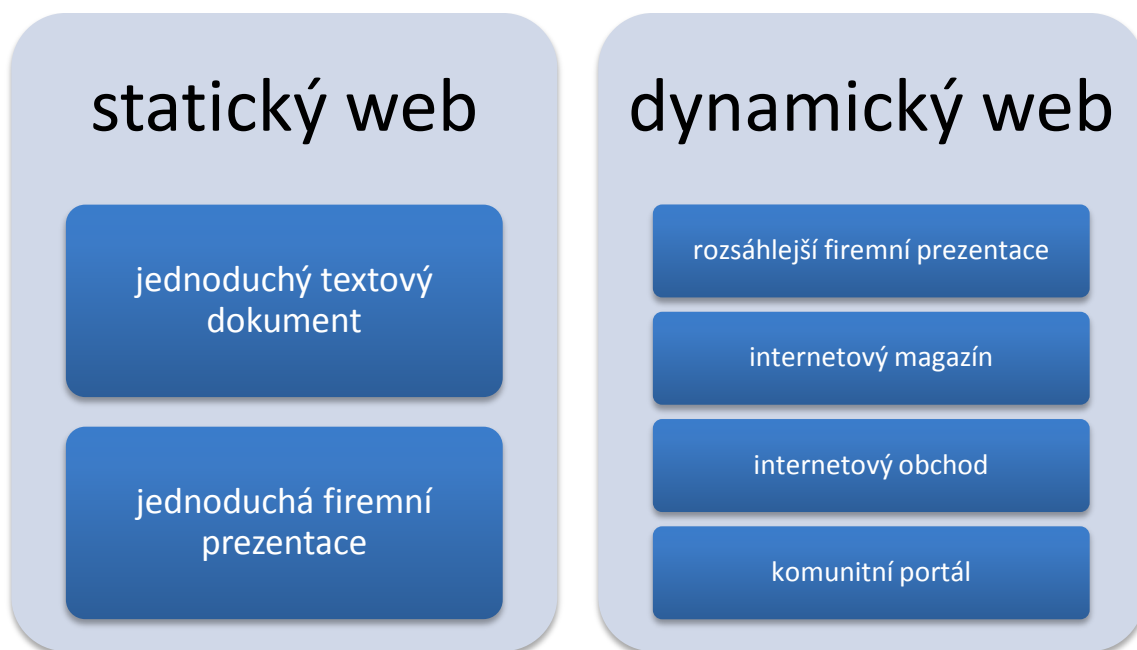
¹ ARPA neboli DARPA – „Defense Advanced Research Projects Agency“ agentura spadající pod americké ministerstvo obrany. Je zodpovědná za vývoj nových vojenských technologií.

1.2. Tvorba webových stránek

S rozšiřováním internetu a jeho nejoblíbenější služby, kterou je web neboli webové stránky, se stává tvorba webových stránek poměrně zajímavou činností a uznávanou počítačovou dovedností.

Webové stránky by se dnes daly rozdělit do dvou hlavních kategorií. První a zároveň také jednodušší jsou statické stránky. Ty obsahují jen statický obsah, jakým jsou texty, obrázky, videa apod. Jde vlastně o soubor naformátovaných dokumentů propojených jednoduchými odkazy.

Druhou kategorií jsou pak dynamické stránky, ty se také skládají z naformátovaných dokumentů (stránek), ale při jejich prohlížení dochází k vyšší interakci s uživatelem. K jejich vytvoření už je potřeba znalosti programování, navíc velmi často také obsahují databázi, se kterou naprogramované skripty pracují. Dynamické webové stránky tak návštěvníkům umožňují například vkládat vlastní nebo přetvářet současný obsah stránky.



Obrázek 1 - Rozdělení webových stránek podle typu

Zdroj: vlastní

1.2.1. Značkovací jazyky

Značkovací jazyky vkládají do textu speciální standardizované značky, kterými definují význam nebo vzhled samotného textu. Na rozdíl od programovacích jazyků jimi nelze naprogramovat složitější aplikace. Nejvýznamnějším obecným značkovacím jazykem je XML. Mezi další značkovací jazyky lze zařadit např. HTML pro webové dokumenty, PDF pro textové a knižní dokumenty nebo RSS pro články v elektronické podobě.

HTML

HTML je anglická zkratka pro HyperText Markup Language, jedná se v podstatě o hlavní jazyk, využívající se při tvorbě webových stránek a dokumentů. Byl navržen v roce 1991 současně s protokolem HTTP pro jeho přenos.

Jazyk HTML je tvořen značkami, za pomoci kterých je formátován obsah webových stránek, jako jsou nadpisy, odstavce, obrázky apod. Vytváří tak hlavní strukturu dokumentu. [Stohwasser, 2010]

```
18 <link rel='shortcut icon' href='favicon.ico' />
19 <link rel='stylesheet' type='text/css' href='style.css' media='screen' />
20 </head>
21 <body>
22 <div id="global">
23   <div id="header">
24     <div id="logo">AR Cars</div>
25     <div id="menu">
26       <ul>
27         <li><a href="#" title="Úvodní stránka">Úvod</a></li>
28         <li><a href="#" title="Naše služby">Naše služby</a></li>
```

Obrázek 2 - Ukázka kódu jazyka HTML

Zdroj: vlastní

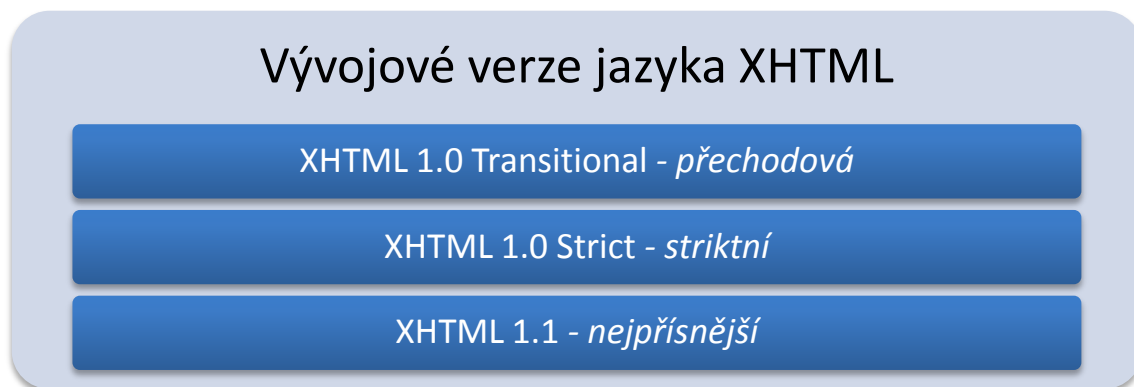
S postupným rozvojem internetu a masivním rozšířením webových stránek, přicházely novější verze standardů jazyka HTML. Dnes je nejrozšířenější verzí HTML 4.01 a postupně se na internetu prosazuje nejnovější revize HTML 5, jejíž kompletní specifikace však ještě nebyla zcela dokončena.

Velkým problémem v nasazování a prosazování nových specifikací jazyka HTML je „válka“ mezi internetovými prohlížeči. Těch dnes existuje nepřeborné množství, kdy největší slovo má nejsilnější pětice, složená z Mozilla Firefox, Microsoft Internet Explorer, Google Chrome, Opera a Apple Safari. Jednotlivé prohlížeče interpretují HTML odlišně a rozdíl je také v rychlosti nasazování nových verzí. Problémem je také, že velká část uživatelů internetu nepoužívají nejnovější verze prohlížečů. Všechna tato úskalí pak ztěžují práci hlavně webovým vývojářům, kteří se všemi nástrahami a problémy s tímto spojené musejí počítat a stránky tvořit optimalizované tak, aby je mohlo bezproblémově používat maximum uživatelů internetu.

XML a XHTML

Jazyk XHTML lze označit jako rozšířenou variantu jazyka HTML. Ve skutečnosti však nejde o rozšíření, jako spíš omezení a vyšší standardizaci. Podle definice je pak XHTML reformulací jazyka HTML jako aplikace XML. XML (z anglického názvu Extensible Markup Language) je v podstatě obecný značkovací jazyk, umožňující vytvoření dalších značkovacích jazyků pro konkrétní účely. V tomto případě došlo k vytvoření XHTML pro tvorbu webových dokumentů. [Prokop, 2002]

XHTML byl považován za nástupce klasického HTML, jehož vývoj byl pozastaven. Nakonec se ukazuje, že XHTML byla slepá ulička a v současné době se opět začíná prosazovat HTML ve své nejnovější verzi 5.



Obrázek 3 – Vývojové verze jazyka XHTML

Hlavní rozdíly mezi HTML a XHTML:

- Všechny atributy mají hodnoty v uvozovkách
- Značky i atributy jsou malými písmeny
- Nepárové značky končí lomítkem
- Párové značky jsou párové povinně
- Všechny atributy musejí mít hodnotu
- Interní styly a JavaScript se zapisují jinak
- Dokument musí mít XML prolog a doctype

CSS

Zvláštní nástavbou pro značkovací jazyky HTML, XHTML a XML je CSS. CSS je zkratka anglického termínu Cascading Style Sheets a do češtiny jej lze přeložit jako Kaskádové styly.

Jazyk CSS má při tvorbě webových stránek jediný účel a to definovat vzhled dokumentů, napsaných v HTML nebo XHTML. Text formátovaný v HTML je jen obsahovou kóstrou samotného dokumentu. Jeho vzhled, čili např. barvy, tvar a rozložení definuje právě až CSS. Samotný jazyk HTML sice také dokáže určovat vzhled dokumentu, dříve se k tomu také používal, ale obrovských možností CSS nedosahuje.



Obrázek 4 - Vzorec pro vytvoření moderního statického webového dokumentu

Zdroj: vlastní

Hlavním důvodem proč se při tvorbě webových stránek využívá CSS, je zvýšení komfortu návštěvníka při jejich procházení. Správně nastýlovaná stránka podává informace v mnohem přehlednější a hezčí podobě a je tak pro návštěvníka neboli čtenáře mnohem zajímavější a poutavější. Zvyšuje se tak samotná použitelnost stránek, která je jednou z nejdůležitějších vlastností webové stránky.

„Použitelnost webových stránek je velmi ovlivněna formou jejich prezentace.“

[Staníček et al., 2006, s. 11]

```
1  @charset "utf-8";
2  /* CSS Document */
3
4  body {
5      background: #e6e6e6;
6      margin: 0;
7      padding: 0;
8  }
9  #global {
10     margin-left: auto;
11     margin-right: auto;
12     width: 960px;
13     padding: 0 10px 0 10px;
14     background: url('../images/bg.png') no-repeat;
15 }
```

Obrázek 5 - Ukázka kódu jazyka CSS

Zdroj: vlastní

Dnes se používá již druhé verze CSS, případně její novější revize CSS 2.1 a do budoucna se připravuje CSS verze tři. Limitujícím faktorem je však podpora internetových prohlížečů, které nové specifikace do svého jádra začleňují velmi pomalu a ne vždy zcela přesně.

1.2.2. Programovací (skriptovací) jazyky

Programovací jazyky na rozdíl od těch značkovacích, které webovou stránku pouze formátují a upravují její vzhled, dokáží za pomoci algoritmů její obsah dynamicky měnit. Pomocí algoritmů tak vzniká webová aplikace.

PHP

Programovací (skriptovací) jazyk PHP (Hypertext Processor, původně zkratka z anglického názvu Personal Home Page) je určen k programování dynamických webových stránek. PHP se řadí mezi tzv. interpretované jazyky, jehož skripty jsou prováděny na straně serveru a k uživateli jsou posílány již jen výsledky jednotlivých algoritmů v rámci kódu HTML. [Ullman, 2004]

Původně bylo PHP vyvinuto pouze k účelům zpracovávání dat z webových formulářů. Dnes se jedná o velmi komplexní a přesto jednoduchý jazyk, který využívá většina dynamických stránek na internetu. Postupně se dopracoval až do současné verze 5, která přináší výhody objektově orientovaného programování.

„Od verze PHP 5 se očekává další rozšíření podílu jazyka PHP na poli webového vývoje. Tato verze nejenže přináší revoluční změny v podpoře objektového programování v PHP, ale obsahuje rovněž mnoho funkcí, než z PHP činí rozhodující platformu vývoje na webu.“ [Gutmans, 2005, s. 29]

```
14 // Redirect to https login if forced to use SSL
15 if ( force_ssl_admin() && !is_ssl() ) {
16     if ( 0 === strpos($_SERVER['REQUEST_URI'], 'http') ) {
17         wp_redirect(preg_replace('|^http://', 'https://', $_SERVER['REQUEST_URI']));
18         exit();
19     } else {
20         wp_redirect('https://' . $_SERVER['HTTP_HOST'] . $_SERVER['REQUEST_URI']);
21         exit();
22     }
23 }
```

Obrázek 6 - Ukázka zdrojového kódu jazyka PHP

Zdroj: vlastní

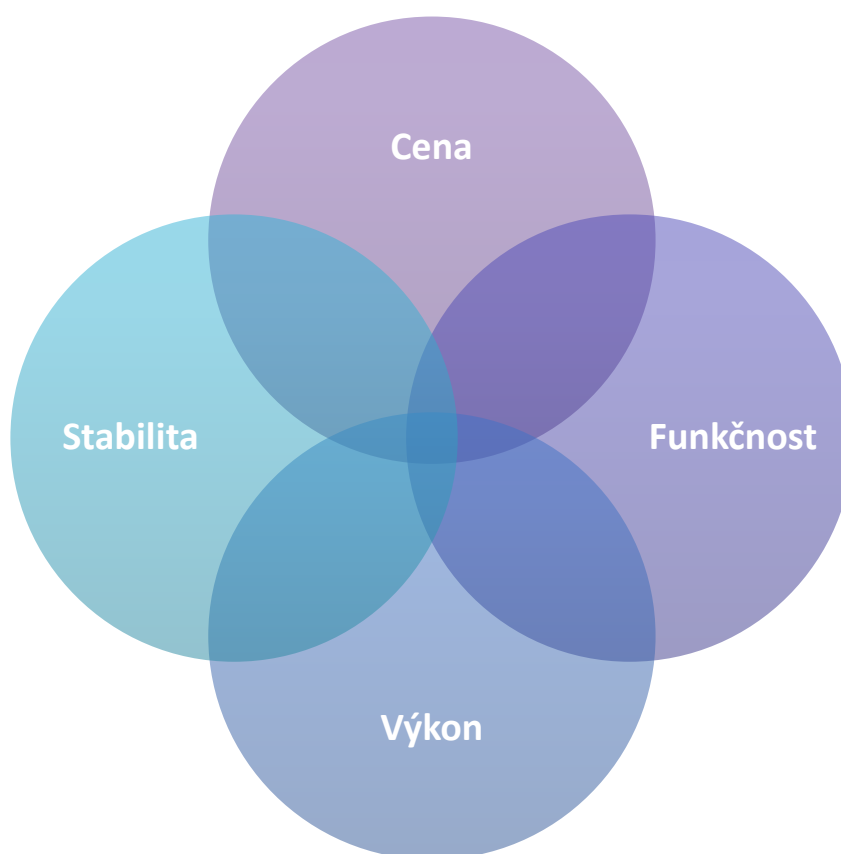
JavaScript

JavaScript je objektově orientovaný skriptovací jazyk. V současné době má největší využití u tvorby webových stránek. Stejně jako PHP je vkládán do kódu HTML, ale na rozdíl od něj je zpracováván až po stažení přímo na klientském počítači. Ke svému běhu

tedy nepotřebuje web server. Používá se zejména ke zatraktivnění stránek, za pomoci dynamických prvků jako jsou tlačítka, dialogová okna apod. Jeho největšími nevýhodami je, že ke svému běhu potřebuje webový prohlížeč, na jehož podpoře je závislý a většina prohlížečů jej dovoluje zakázat, což někteří uživatelé z hlediska bezpečnosti také dělají. [Janovský, 2006]

1.2.3. Databázové systémy

Databázový systém nebo také Systém řízení báze dat (zkráceně SŘBD) slouží k práci s databází. Tvoří rozhraní mezi aplikační částí a uloženými daty. Databázový systém dokáže data zobrazovat, vkládat, mazat, prohledávat, třídit apod.



Obrázek 7 - Struktura požadavků na databázový systém

Zdroj: vlastní

V rámci tvorby webových stránek a aplikací se nejčastěji setkáváme s databázovými systémy MySQL a PostgreSQL, které jsou ze strany hostingových společností nejčastěji podporovány. Mezi další používané systémy patří MS SQL, Firebird, Oracle, případně knihovna SQLite.

MySQL

MySQL je velmi úspěšný a rozšířený relační databázový systém zejména mezi tvůrci webových stránek a aplikací. MySQL je multiplatformní a ke komunikaci využívá jazyka SQL. Jeho úspěch stojí především na vysoké rychlosti.

„Rychlost byla při vývoji MySQL vždy klíčovým faktorem, proto se nové funkce přidávaly jen tehdy, pokud je bylo možné implementovat bez snížení výkonu. I když to někdy znamená pomalejší přidávání funkcionality, než by si uživatelé přáli.“ [Welling, Thomson, 2005, s. 14]

Velkého rozšíření mezi uživatele dosáhlo MySQL také svou licenční politikou, kdy je pro standardní použití k dispozici zdarma pod GPL licenci². Oproti ostatním velmi drahým systémům jako je například Oracle, jde často o rozhodující faktor, který nakonec rozhodne o volbě MySQL.

1.2.4. Grafický design webových stránek

Činnost, která se zabývá grafickým návrhem webových stránek a webových aplikací se nazývá webdesign. Jedná se pouze o vytvoření grafické podoby návrhu webové stránky. Výsledkem je tedy pouze několik obrázků, které se nařezou na požadované velikosti a pomocí HTML a CSS se z nich vytvoří webová stránka.

V oblasti webdesignu se využívá zpravidla pouze bitmapové grafiky³, tedy obrázků a fotografií ve formátech .jpg, .gif a .png.

² GPL licence (General Public License) - Licence pro svobodně šířený software v rámci projektu GNU.

³ Bitmapová grafika -

Základní grafické prvky na webové stránce:

- Logo a hlavička stránky
- Pozadí stránky
- Obsahové plochy a boxy
- Menu a tlačítka
- Doprovodné fotografie a animace
- Reklamní plochy

Adobe Photoshop

„Bitmapový editor Adobe Photoshop je již několik let fenoménem v oblasti dvoudimenzionální tvorby – stal se naprostým synonymem pro počítačovou grafiku; jeho možnosti, potenciál a počet uživatelů se v posledních letech rozrostly do nevídaných rozměrů.“ [Krčmář, 2006, s. 15]

Editor Adobe Photoshop si získal své uživatele také mezi webdesignéry a dnes mu patří prvenství i v této oblasti počítačové grafiky. Používá se ke kompletnímu návrhu vzhledu webových stránek, od zpracování fotografií, přes vytvoření jednotlivých tlačítek až po návrh celkové podoby a kompozice stránky.

1.3. Redakční systémy

Redakční systém je v podstatě webová stránka případně klasická desktopová aplikace⁴, která slouží ke snadnému publikování obsahu na internetových stránkách, bez širších znalostí programování. Vytváření a správa webových stránek se tak stává stejně jednoduchá jako vytváření klasických dokumentů, tak jak jej zná převážná většina uživatelů jako např. v textovém editoru Microsoft Word. [McNulty, 2009]

⁴ Desktopovou aplikací je myšlen software instalovaný přímo v operačním systému klientského počítače.

1.3.1. Proč jsou redakční systémy důležité

Redakční systémy jsou potřeba zejména v dnešní době, kdy je pro velké i malé firmy a společnosti velmi důležité působit ve světě internetu. Působit však již neznámá jen vystavit jednoduchou webovou stránku a očekávat, že přitáhne a zaujme tisíce návštěvníků. Dnes je velmi důležitý zajímavý a zejména aktuální obsah. Nejjednodušší cestou jak takového obsahově bohaté stránky vytvářet a spravovat přímo lidmi z firmy jsou právě redakční systémy. S pomocí redakčních systémů dokážou snadno aktualizovat sami zaměstnanci firmy a dochází tak k přímé komunikaci mezi zaměstnanci firmy a jejich zákazníky, což je velmi důležité.

1.3.2. Komu jsou redakční systémy určeny

Jak již bylo zmíněno, redakční systémy slouží k publikování obsahu neboli dokumentů, které jsou složeny z textu, obrázku, animací apod. Redakční systém tedy využijí ty webové stránky, u kterých je předpoklad velmi častého nebo velmi rozsáhlého publikování takového obsahu. Využívají se tedy primárně u internetových magazínů, blogů, firemních i osobních internetových prezentací, ale také u internetových obchodů, jejichž administrační systém pro správu produktů lze také považovat za redakční systém.

1.3.3. Funkčnost a možnosti redakčních systémů

Vytváření a editace obsahu

Hlavní funkcí každého redakčního systému, je jeho schopnost umožnit uživateli co nejpohodlněji vytvářet a editovat obsah webové stránky. První a nejjednodušší redakční systémy umožňovali práci s čistým textem, případně bylo nutné text formátovat ručně HTML značkami. Ovšem to vyžadovalo znalost samotného HTML, což bránilo rozšíření redakčních systémů mezi obyčejné uživatele bez těchto znalostí. Postupně byly nasazovány zjednodušení kódu jako například BB tagy, které původně pochází z webové aplikace diskuzního fóra phpBB.

Dnes se při vytváření a editaci obsahu používají tzv. WYSIWYG⁵ editory. Ty umožňují uživatelům práci s textem, tabulkami, obrázky apod. v podobném uživatelsky přívětivém prostředí, které znají z klasických textových editorů, jako je například Microsoft Word. Kromě snadné práce s obsahem tyto editory mají také další výhody, jako je například generování validního⁶ a sématicky⁷ správného kódu

Správa a třídění obsahu

Při práci s obsahem, nejde jen o jeho možnost snadného vytváření a editaci, ale také o jeho možnosti správy a třídění. Při větším množství obsahu na webové stránce, se v ní její návštěvníci ztrácejí. Je tedy potřeba obsah oddělit a logicky roztřídit. K tomuto účelu nejčastěji slouží možnost určit kategorii, do které bude daný obsah spadat, případně jej označit tagem⁸. Na webové stránce pak výpis těchto kategorií nebo tagů v podobě tag cloud⁹. [Zandl, 2007]

Správa uživatelů a uživatelských práv

Moderní redakční systémy umožňují spravovat webový obsah více uživatelům a to s různými pravomocemi. Tyto systémy jsou označovány jako multi-user. Zjednodušeně řečeno umožňují vytvářet a publikovat obsah více uživatelům nezávisle na sobě. Jednotlivým uživatelům pak lze různě omezit přístup k některým datům nebo funkcím. Systém uživatelských práv podstatně zlepšuje přehlednost, snižuje bezpečnostní riziko a dopady chyby lidského faktoru (nechtěné smazání, změna nastavení systému apod.).

⁵ WYSIWYG - Zkratka z anglického názvu „What you see is what you get“, který lze volně přeložit ve znění „Co vidíš, to dostaneš“ a označují se jím vizuální editory textového a multimediálního obsahu.

⁶ Validní kód – Kód, který neobsahuje žádné chyby v syntaxi podle zvolené specifikace jazyka.

⁷ Sématicky správný kód – Kód splňující stylistická a funkční pravidla daného jazyka.

⁸ Tag - Štítek obsahující klíčové slovo definující věc, které byl přidělen.

⁹ Tag cloud - Shluk štítků, kdy častěji používané štítky mají větší význam a jsou viditelnější.

Komentáře a diskuze

Dnes již naprostá většina redakčních systémů na trhu umožňuje k publikovanému obsahu přidávání komentářů. Autor článku tak umožňuje svým čtenářům (návštěvníkům webové stránky) zanechat pod článkem svůj názor, kterým autor získává určitou zpětnou vazbu. Komentáře také mohou původní obsah obohatit o další informace.

Nevýhodou komentářů je pak možnost vzniku komentářového spamu¹⁰, který může webovou stránku zahltit zbytečnostmi, nevyžádanými reklamními sděleními apod. Moderní reklamní systémy se však s tímto problémem snaží bojovat s pomocí nejrůznějších nástrojů pro anti-spamovou ochranu, bohužel ty nejsou vždy stoprocentní.

Vzhled a šablony

U moderních webových stránek je velmi důležitý také jejich vzhled neboli design. Většina systémů obsahuje již v základu alespoň jednoduchý design výsledné stránky. Ten si autoři stránek mohou pozměnit buďto přímým zásahem do kódu, případně některé systémy umožňují drobné změny i v administraci.

Nejlepší redakční systémy pak umožňují měnit vzhled pomocí tzv. šablon neboli templates¹¹. Šablona odděluje kód designu stránky od zbytku kódu samotného redakčního systému. Změna vzhledu je tak mnohem snazší, kdy je možné si vytvořit buďto vlastní šablonu, nebo využít již hotových šablon.

Statistické a marketingové nástroje

Redakční systémy obsahují zpravidla také statistické nástroje, které umožňují autorům stránek sledovat hodnoty návštěvnosti a přístupů na webové stránky. Pokročilejší

¹⁰ Spam – Nevyžádané sdělení (nejčastěji reklamního charakteru), které uživatele internetu zpravidla pouze obtěžuje.

¹¹ Template – Do češtiny lze přeložit jako šablona. Šablona webové stránky je obvykle pouze návrh stránky tvořený obrázky, HTML a CSS souborem, do které se zasazuje aplikační kód stránky tvořený například PHP skripty.

nástroje pak dovolují napojení na sofistikovanější statistické nástroje jako je například Google Analytics.

S tím souvisí i marketingové nástroje a funkce, které pomáhají webu zvýšit SEO¹². Součástí administrace jsou někdy také reklamní systémy, které pomáhají autorům stránek spravovat reklamní prostory a bannery¹³ na své webové stránce, případně umožňují napojení na externí reklamní systémy jako je například Google AdSense.



Obrázek 8 - Struktura funkčnosti redakčních systémů

Zdroj: vlastní

¹² SEO – Zkratka z anglického názvu „searching engine optimalization“, který se volně překládá jako optimalizace pro vyhledávače. Jde o soubor pravidel a faktorů, které pomáhají webovým stránkám, vyskytovat se na předních pozicích ve vyhledávání fulltextových vyhledávačů jako je např. Google.com a Seznam.cz.

¹³ Banner – Označení pro reklamu na webových stránkách. Má nejčastěji obdélníkový nebo čtvercový formát a je tvořen obrázkem nebo animací, která odkazuje na reklamovanou stránku.

1.3.4. Možnosti vývoje vlastního a nákupu hotového redakčního systému

Pokud se člověk nebo firma rozhodne pro svou webovou stránku využívat redakční systém, má vlastně dvě možnosti. Buďto si vlastní redakční systém sám naprogramuje (případně nechat naprogramovat někým jiným), nebo využije již hotového systému, kterých je na trhu spousta. Jejich cena se pohybuje řádově od několika tisíc korun až po deseti tisíce. Výjimkou nejsou ani redakční systémy, které jsou k dispozici zcela zdarma, což na jejich funkčnosti a možnostech vůbec neubírá.

Každá z těchto možností má své klady i zápory a je to vždy otázka potřeb a možností daného člověka nebo firmy, která redakční systém potřebuje. Je zcela jasné, že jiné požadavky na funkčnost a finanční možnosti bude mít obyčejný člověk, který shání systém pro svůj osobní blog¹⁴ a firma, která potřebuje robustní redakční systém pro svůj mezinárodní zpravodajský portál s archívem deseti tisíc článků a se statisíci návštěvami denně.

¹⁴ Blog neboli weblog - Označení pro osobní nebo také firemní internetový „deníček“ ve kterém autor publikuje své názory, které bývají zpravidla veřejně dostupné všem uživatelům internetu.

2. Analýza problému

2.1. Profil společnosti AR Cars s.r.o.

2.1.1. O společnosti

Společnost AR Cars s.r.o. byla založena na konci roku 2004. Jejím hlavním předmětem podnikání je prodej sportovních a luxusních automobilů. Zaměřuje se zejména na značky Ferrari, Porsche, Lamborghini, Bentley, Aston Martin, Audi, BMW a další.



Obrázek 9 - Pohled na showroom a sídlo firmy

Zdroj: AR Cars s.r.o.

Kromě samotného prodeje automobilů pak také zajišťuje veškeré služby s prodejem spojené, jako je finanční poradenství, autorizované servisní služby a poradenství, prodej

originálních náhradních dílů apod. V roce 2006 pak společnost AR Cars s.r.o. uzavřela významné partnerství s německou firmou TECHART, která provádí individuální sportovní úpravy vozů značky Porsche. Stala se tak výhradním partnerem značky TECHART pro celou Českou a Slovenskou republiku a zařadila tak do svého portfolia velmi významnou službu zákazníkům.



Obrázek 10 - Interiér showroomu s vystavenými vozy

Zdroj: AR Cars s.r.o.

2.1.2. Kontaktní údaje

Krmelínská 736/7, 720 00 Ostrava – Hrabová

www.ar-cars.cz, autosalon@ar-cars.cz, +420 596 710 183

2.2. Specifikace požadavků firmy na webovou prezentaci

2.2.1. Obsah a informační struktura

Vzhledem k zaměření firmy na prodej sportovních automobilů a s tím služby spojené, je stěžejní částí webové stránky aktuální nabídka vozů, náhradních dílů a služeb. Na webové stránce se budou také vydávat aktuality s novinkami, akčními nabídkami a dalšími zajímavostmi. Velký zřetel je také brán pak na informace o firmě a kontakty.



Obrázek 11 - Obsahová struktura nové verze webové prezentace firmy

2.2.2. Požadované funkce redakčního systému

- Aktualizace nabídky vozů, náhradních dílů a příslušenství
- Přehledný systém pro správu kategorií vozů
- Publikování aktualit včetně možnosti komentářů
- Možnost upravovat veškerý textový obsah ve WYSIWYG editoru
- Možnost vytvořit vlastní šablonu vzhledu stránky v rámci designu firmy
- Uživatelsky přívětivé a přehledné administrační rozhraní

2.2.3. Design a corporate identity

Firma AR Cars s.r.o. má cíleno celé své corporate identity¹⁵ tak, aby odpovídalo zaměření na prodej sportovních a luxusních automobilů, dalších produktů a služeb s tím spojených. Hlavní doménou celé corporate identity je pak logo firmy a firemní barvy. Je potřeba tedy design webové stránky navrhnout v duchu, kterým se doposud firma prezentovala a zachovat veškeré prvky ze současného firemního vzhledu.



Obrázek 12 - Logo společnosti AR Cars s.r.o.

Zdroj: ar-cars.cz

2.3. Současná webová prezentace firmy

Současná webová prezentace firmy je online od roku 2007 až do současnosti. Je provozována na doméně www.ar-cars.cz a slouží jako oficiální stránka firmy s aktuální nabídkou prodáváných vozů a služeb.

2.3.1. Hlavní nedostatky současné webové prezentace

Nepřehledná informační struktura stránky

Velkým nedostatkem současné webové prezentace je špatně navržená informační struktura stránky, jejíž hlavní částí je horizontální menu. To je dominantním a jediným rozcestníkem na stránce. Obsahuje zbytečné položky, které tak celé menu

¹⁵ Corporate identity – termín označující firemní styl, který firma využívá pro komunikaci se svými zákazníky. Zpravidla je tvořen logem, firemními barvami apod., které jsou používány pro všechny firemní dokumenty, webové stránky atp.

znepřehledňují a dochází k potlačení nejdůležitější části webu, jako je aktuální nabídka vozů, příslušenství a přehled nabízených služeb.

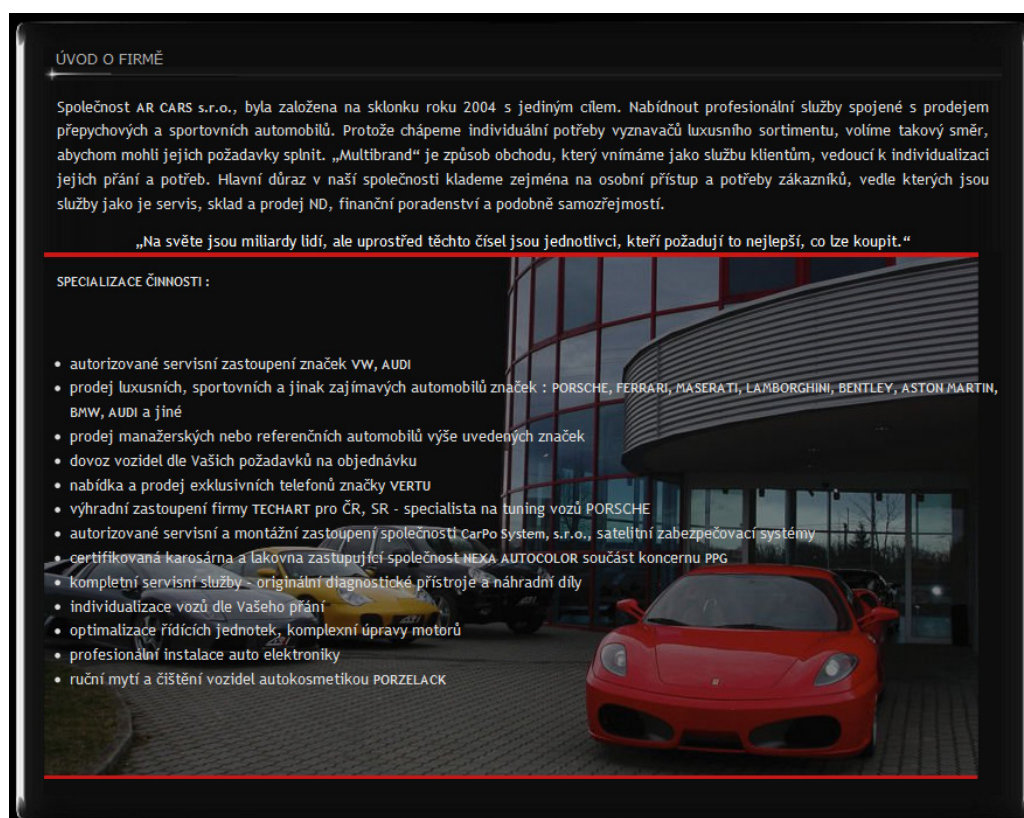


Obrázek 13 - Náhled na menu současné verze webu

Zdroj: ar-cars.cz

Nevhodně navržená úvodní stránka

Nevhodně navržená je také úvodní stránka, na kterou je přesměrován návštěvník při příchodu na web. Obsahuje jen textové informace o firmě a nabízených službách. Textu je zbytečně moc, špatně se v něm návštěvník orientuje.



Obrázek 14 - Náhled na úvodní stránku současné verze webu

Zdroj: ar-cars.cz

Chybí jakékoli stručné informace, které by neznalému návštěvníkovi vysvětlily, na jaké stránce se nachází a co od ní může očekávat. Také chybí jakékoli call-to-action prvky¹⁶, které by návštěvníka přiměly si prohlédnout aktuální nabídku vozů a zvýšila se tak konverze návštěvníka v zákazníka.

Nevhodně použitá technologie Adobe Flash

Současná verze webové stránky má logo a celou hlavičku řešenou pomocí technologie Adobe Flash¹⁷. To by samo o sobě nebylo bráno jako problém, ovšem animace v hlavičce doprovázená zvuky je nevhodná a návštěvníka stránky velmi ruší. Zvukový doprovod nelze jednoduše vypnout a po každém novém načtení jakékoli stránky na webu, se úvodní animace spouští neustále dokola.



Obrázek 15 - Náhled na hlavičku současné verze webu

Zdroj: ar-cars.cz

Porušování pravidel přístupnosti

¹⁶ Call-to-action prvky - Jde o ty části webové stránky, které vyzývají jejich návštěvníka k nějaké akci. Jde například o výrazné odkazy, nadpisy apod. lákající návštěvníka k prohlédnutí určité stránky nebo k vykonání nějaké akce (nákup produktů).

¹⁷ Adobe Flash - Grafický vektorový program a stejnojmenná technologie pro tvorbu interaktivních animací, her a webových stránek.

S výše popsaným problémem s technologií Adobe Flash souvisí i porušování pravidel přístupnosti a to dost zásadním způsobem. Týká se to především hlavního horizontálního menu, které je také tvořeno pomocí Flashe. Návštěvníci stránky, kteří ve svém prohlížeči nemají nainstalovaný Flash, případně jej mají vypnutý, totiž menu (ani hlavičku) vůbec neuvidí a tak je jim znemožněno jakékoli procházení a prohlížení webové stránky. Vidí pouze obsah titulní stránky.

V prohlížení stránek jsou omezeni také uživatelé starších webových prohlížečů a prohlížečů v mobilních telefonech, pro které nejsou optimalizovány.

Chybou je také zobrazování textu s kontrastním obrázkem na pozadí (například na úvodní stránce), kdy lze text přečíst jen velmi obtížně.

Omezení při prohlížení webové stránky:

- Vypnutý nebo zakázaný Adobe Flash plugin
- Použití starších verzí internetových prohlížečů
- Internetové prohlížeče v mobilních telefonech (Safari pro Apple iPhone)
- Lidé s horším zrakem a zrakově postižení

Nemoderní design webové stránky

I když je grafický design velmi subjektivní věc k hodnocení, tak lze o současném vzhledu webové stránky firmy říci, že již není moderní. Hlavním nedostatkem je samotný layout stránky¹⁸, který je pouze jednosloupcový. Ten nedovoluje přehledné zobrazení všech potřebných a zajímavých informací. Zastaralá je také typografie, která není příliš přehledná a příjemná k prohlížení webové stránky.

2.3.2. SWOT analýza současné webové prezentace firmy

¹⁸ Layout webové stránky - grafické rozvržení webové stránky

Za pomoci SWOT analýzy bych rád poukázal na silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby současné webové prezentace a samotného podnikání firmy.

Silné stránky (S - strengths)

- Zázemí silné značky v oblasti prodeje sportovních a luxusních automobilů
- Zajímavé spektrum nabízených vozů a doplňkových služeb

Slabé stránky (W – weaknesses)

- Nepřehledný systém zobrazení aktuální nabídky skladových vozů
- Nízká odborná znalost (internet, tvorba webu apod.) zaměstnanců zodpovědných za správu webových stránek

Příležitosti (O - opportunities)

- V současné době nízká konkurence v oblasti prodeje sportovních a luxusních automobilů
- Možnost provázání webových stránek firmy s komunitními sítěmi v rámci internetového marketingu
- Navázání spolupráce firmy s autokluby a dalšími skupinami majitelů a fanoušků sportovních a luxusních automobilů

Hrozby (T – threats)

- Světová finanční krize snižující prodeje a zájem o sportovní a luxusní automobily

- Vstup konkurenčních autosalonů případně samotných automobilek na trh se sportovními a luxusními automobily
- Změny v legislativě ohledně dovozu automobilů ze zahraničí

Závěry SWOT analýzy

Ze SWOT analýzy vyplývá, že firma má dlouhodobě silné postavení v oblasti prodeje sportovních a luxusních automobilů. Tato oblast podnikání je zatím poměrně malá a zaměřena na úzkou skupinu potencionálních zákazníků, které je potřeba vyhledat a efektivně na ně zacílit svůj marketing.

Se svými současnými webovými stránkami však firma nevyužívá plného potenciálu svého prezentování na internetu. Je potřeba stránky zmodernizovat, jak po designové stránce splňující moderní trendy, tak po funkční stránce. Je nutné nasadit takový redakční systém, kterým budou moci pověřeni zaměstnanci firmy jednoduše a efektivně spravovat obsah stránek.

Z hlediska internetového marketingu by nové webové stránky pak měly být také úzce propojeny také se sociálními sítěmi, jako jsou například Facebook nebo Twitter.

2.4. Analýza firmy a produktů v rámci internetového marketingu

Komerční úspěch webové prezentace firmy nestojí pouze na její funkčnosti a grafickém vzhledu, ale celkově na internetovém marketingu, který je velmi rozsáhlou disciplínou, jenž jde v posledních letech velmi kupředu.

2.4.1. Analýza klíčových slov

Základem každé počáteční marketingové analýzy je seznámení se s produkty a službami, které firma nabízí a také prostředím a odvětvím, na kterém tato firma s těmito

produkty působí. Základem internetového marketingu je potom analýza klíčových slov s četností hledání ve vyhledávačích.

klíčové slovo	přesná shoda hledanosti na Sezam.cz	poznámka
náhradní díly	13024	velmi obecný výraz
tuning	11079	
BMW	9981	
Audi	6246	
Mercedes	5635	vhodnější než úplný název Mercedes-Benz
autodíly	3141	
pneuservis	2628	
leasing	2393	
Ferrari	1804	
Porsche	1798	
auta prodej	858	
litá kola	684	
půjčovna aut	560	
dovoz aut	530	
Lamborghini	451	
pojištění vozidel	446	
Bugatti	376	
předváděcí vozy	341	
motorsport	320	
sportovní vozy	301	
Bentley	273	
ČSOB leasing	251	
luxusní vozy	245	
finanční poradenství	194	příliš obecný výraz
autorizovaný servis	188	
referenční vozy	182	
Aston Martin	169	
mytí aut	166	
skladové vozy	151	
čištění interiérů	149	
ruční mytí	132	
Vertu	125	
zabezpečovací systémy	113	

ČS leasing	99	
vyhledávání vozidel	88	
dovoz aut ze zahraničí	75	konkrétně pak z USA, Německa a Anglie
diagnostika aut	66	
autorizovaný prodejce	60	poměrně obecný výraz
TechArt	45	
garanční prohlídka	33	výhodnější než garanční servis
diagnostika motorů	26	
karosářské práce	12	
satelitní vyhledávání vozidel	3	

Tabulka 1 - Analýza klíčových slov a jejich hledanosti

2.5. Současná nabídka open-source redakčních systémů na trhu

V rámci vypracování praktické části této bakalářské práce jsem se rozhodl využít pro webovou prezentaci firmy AR Cars s.r.o. některého z open source redakčních systémů. Tímto rozhodnutím bych rád poukázal na výhody a nevýhody použití veřejně dostupného open source redakčního systému u firemních webových prezentací.

V současné době je na trhu k dispozici nepřeberné množství open source redakčních systémů. Svůj výběr jsem se rozhodl zúžit na v současné době tři nejzajímavější a nejpoužívanější konkurenty, kterými jsou WordPress, Drupal a Joomla.

2.5.1. Wordpress 2.9.2

WordPress je zřejmě nejpopulárnější redakční systém a to jak po celém světě, tak i u nás, kde si získal také mnoho příznivců a funguje kolem něj velmi početná uživatelská komunita.

Ze všech tří systémů je WordPress jednoznačně nejjednodušší, nejkompaktnější, ovšem v základu nabízí také nejméně funkcí. Jeho rozsáhlá uživatelská komunita však byla schopna vytvořit nepřeberné množství plug-inů a rozšíření, kterými lze funkčnost WordPressu doplnit a upravit pro jakýkoli internetový projekt od klasického blogu až po jednoduchý elektronický obchod.

O systému WordPress se říká, že je vyvíjen obyčejnými uživateli pro obyčejné uživatele. Nikoli, jak je tomu zpravidla u ostatních systémů, že jsou vyvíjeny programátory pro programátory.

Oficiální stránky: <http://www.wordpress.org>

Oficiální stránky české lokalizace: <http://cs.wordpress.org>

Hodnocení redakčního systému WordPress:

- + Početná uživatelská komunita
- + Oficiální česká lokalizace
- + Množství plug-inů a rozšíření
- + Jednoduchý a snadno modifikovatelný kód systému
- + Uživatelsky velmi přívětivá administrace systému
- V základu omezená funkčnost

2.5.2. Drupal 6.16

Redakční systém Drupal je také velmi oblíbený a má svou velmi početnou uživatelskou komunitu. Nejvíce se dostal do podvědomí teprve nedávno, kdy byl použit pro osobní webové stránky kandidáta na post prezidenta USA Baracka Obamy. Následně byl použit i pro oficiální stránky Bílého domu, které najdeme na adrese <http://www.whitehouse.gov>.

Oficiální stránky: <http://www.drupal.org>

Oficiální stránky české lokalizace: <http://www.drupal.cz>

Hodnocení redakčního systému Drupal:

- + Početná uživatelská komunita
- + Rozsáhlá konfigurovatelnost systému
- + Množství plug-inů a rozšíření
- Nepřehledné administrační rozhraní

2.5.3. Joomla 1.517

Systém Joomla lze označit spíše za komplexního správce obsahu, než za pouhý redakční systém. Jde o velmi obsáhlý systém, který umožňuje spravovat jakýkoli obsah a lze na něm postavit jakýkoli internetový projekt. To co například systém WordPress umožňuje s využitím spousty plug-inů a rozšíření, umí Joomla již v základní verzi. Lze na něm tedy provozovat rozsáhle komunitní portály, diskuzní fóra nebo elektronický obchod.

Oficiální stránky: <http://www.joomla.org>

Oficiální stránky české lokalizace: <http://www.joomlaportal.cz>

Hodnocení redakčního systému Joomla:

- + Početná uživatelská komunita
- + Obsáhlá funkčnost již v základní verzi
- Příliš robustní a složitý systém
- Omezené nastavení informační struktury
- Velké množství plug-inů a rozšíření je placených

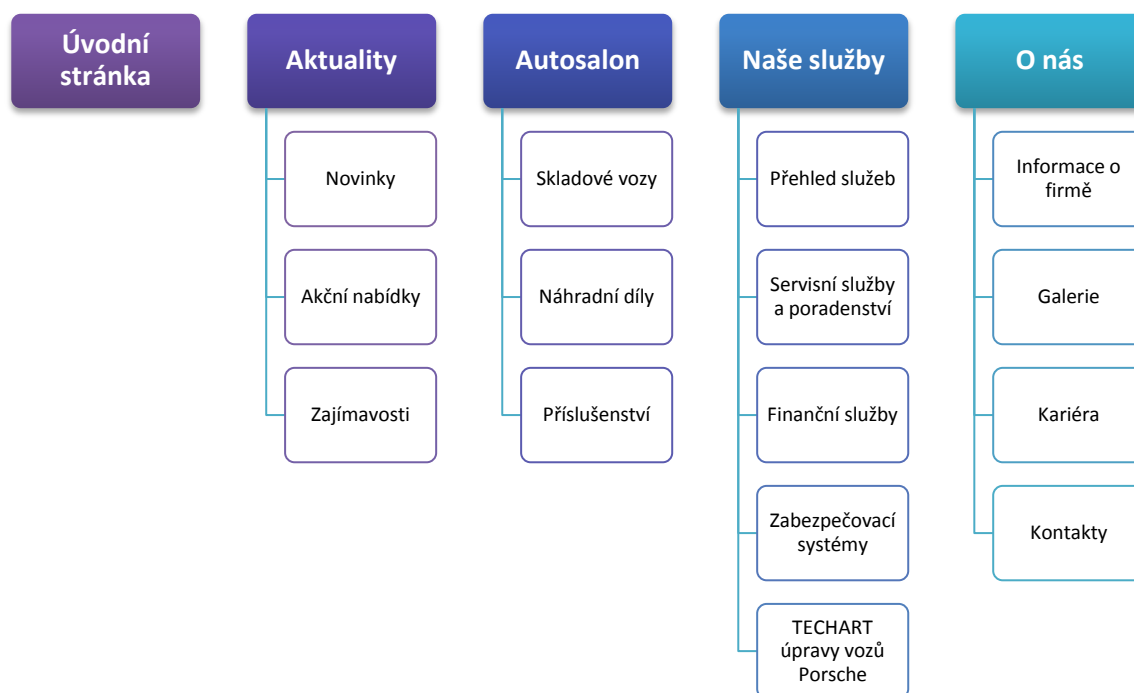
3. Vlastní návrh řešení

3.1. Návrh vhodné informační struktury a menu webové stránky

Vzhledem k požadavkům na obsahovou a informační strukturu webové stránky, bylo potřeba navrhnout optimální řešení jejího menu. Menu bude složeno z 5 základních položek, které budou obsahovat další pod-položky 2. úrovně.

Úvodní stránka

Bude obsahovat základní informaci o webové stránce a firmě, tak aby návštěvník na první pohled pochopil, na jakou stránku dorazil a co od ní může očekávat. Dále zde budou odkazy pro rychlý vstup do nabídky skladových vozů dle jednotlivých značek a stručný výpis nabízených služeb. Nakonec zde bude také výpis nejnovějších aktualit.



Obrázek 16 - Hlavní struktura webové stránky (menu)

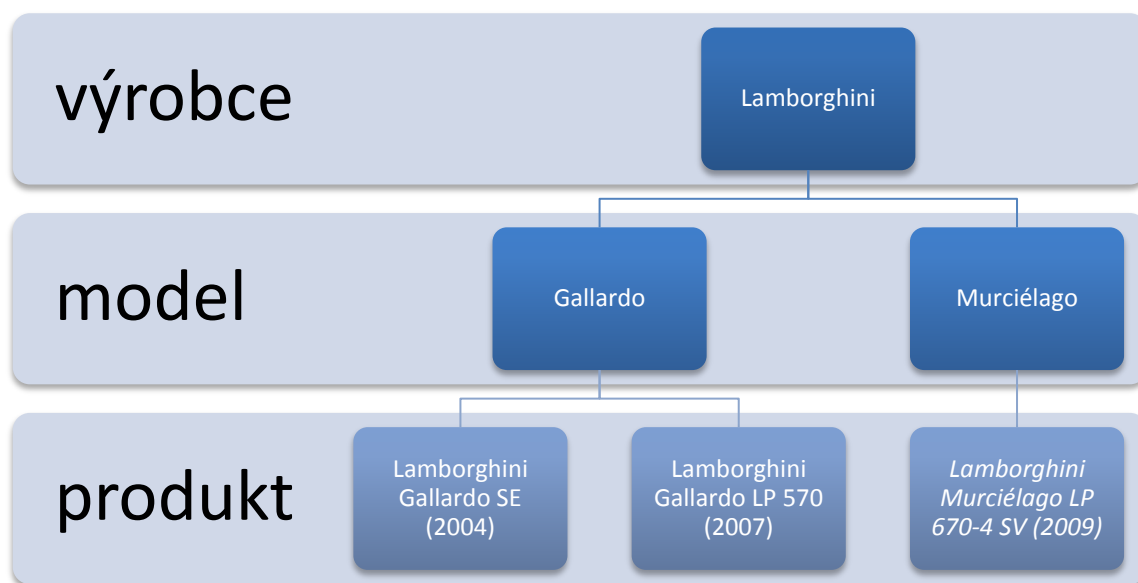
Zdroj: vlastní

Aktuality

Položka aktuality bude odkazovat na redakční část webu, kde bude výpis článků s novinkami ve třech základních kategoriích, kterými jsou novinky, akční nabídky a zajímavosti. Jednotlivé články budou řazeny od nejnovějších a návštěvníci je budou moci komentovat.

Autosalon

Sekce autosalon bude obsahovat nabídku skladových vozů, náhradních dílů a příslušenství. Jednotlivé sekce budou odděleny a jednotlivé produkty pak budou řazeny v rámci hierarchicky složených kategorií.



Obrázek 17 - Příklad struktury řazení kategorií produktů

Zdroj: vlastní

Pokud se tedy návštěvník rozhodne prohlédnout si nabídku skladových vozů, tak si nejprve vybere výrobce (značku auta), typ auta a následně si vybere konkrétní vůz a zobrazí se mu stránka s detailními informacemi o tomto voze.

Naše služby

Tato sekce bude obsahovat přehled o jednotlivých službách, které firma nabízí. Na úvodní stránce bude vypsán přehled služeb s jejich drobným popisem. Dále pak tyto služby budou rozřazeny do čtyř kategorií – Servisní služby a poradenství, Finanční služby, Zabezpečovací systémy a TECHART úpravy vozů Porsche.

O nás

Poslední sekce O nás pak bude obsahovat informace převážně o firmě samotné, jako je její stručný popis a jednotlivé kontakty. Dále zde bude galerie s fotografiemi autosalonu a informace o možnostech budování kariéry u firmy a volných pracovních pozicích.

3.2. Výběr redakčního systému, domény a hostingu

3.2.1. Výběr redakčního systému

V rámci analýzy současné nabídky open source redakčních systémů jsem se rozhodl vybrat pro novou verzi firemních stránek AR Cars s.r.o. systém WordPress. Konkrétně ve verzi 2.9.2, která je volně ke stažení na stránkách <http://wordpress.org/download/>. K dispozici je také verze s oficiální českou lokalizací, kterou je možné stáhnout na této adrese <http://cs.wordpress.org/>.

Redakční systém WordPress nabízí uživatelsky nejpřívětivější administraci, systém vyhovuje všem nárokům a požadavkům na novou verzi webových stránek firmy a navíc mám se systémem dlouhodobé kladné zkušenosti.

3.2.2. Doména webové stránky firmy

Vzhledem k tomu, že firma již svou doménu www.ar-cars.cz má a na které provozuje své současné webové stránky, není tedy potřeba novou doménu registrovat.

Podle WHOIS¹⁹ záznamu je doména registrována u registrátora IGNUM s.r.o. a to od počátku roku 2005. Její expirace pak proběhne 27. 01. 2011, takže ji zatím není nutné ani prodlužovat. Pokud by byla nová webová prezentace nasazena na jiný hosting, stačí u domény pouze změnit záznamy DNS²⁰.

3.2.3. Výběr hostingových služeb

Pečlivý výběr hostingu je velmi důležitý. Zaprvé se jedná o služby a technologie, které hostingové společnosti nabízejí a za druhé je to kvalita a dostupnost. V současné době je na českém i zahraničním trhu velmi rozsáhlý výběr hostingových služeb od těch jednodušších až po ty komplexní, které dokáží pojmout velmi náročné webové projekty.

V našem případě nejsou kladeny příliš velké nároky na výkonnost a kapacitu serverů, ale především na maximální dostupnost a spolehlivost. Minimální technické požadavky jsou pak dány minimálními požadavky redakčního systému WordPress.

Přehled požadavků pro hosting:

- PHP 4.3 a novější
- MySQL 4.1.2 a novější
- Povolený mod_rewrite Apache modul
- Maximální možná dostupnost serverů hostingu
- Zákaznická podpora 24 hodin / 7 dní v týdnu

¹⁹ WHOIS – databáze registrovaných doménových jmen

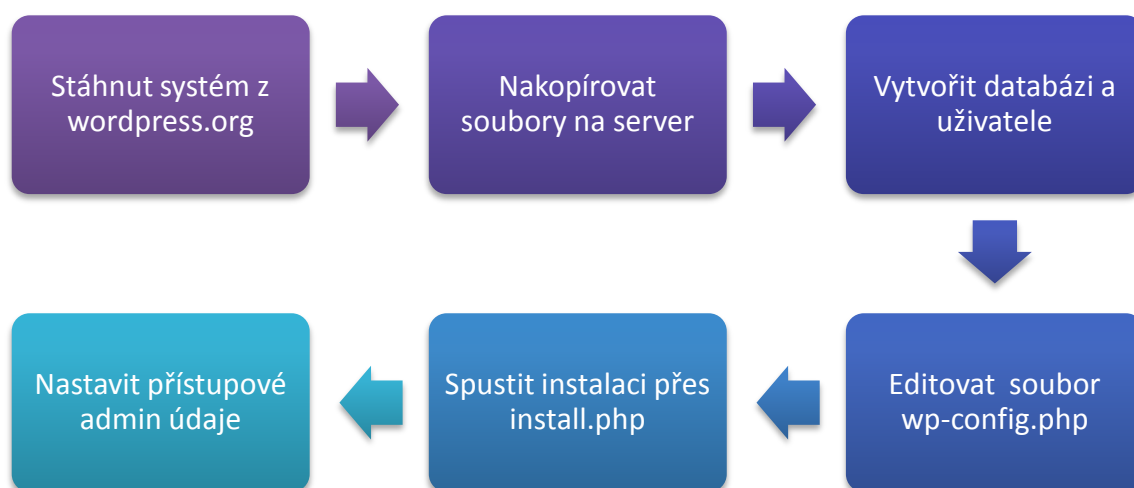
²⁰ DNS - (Domain Name System) Systém uchovávání hierarchického seznamu doménových jmen. Hlavním úkolem těchto serverů je překlad doménových jmen a IP adres uzlů sítě

Pro účely vývoje a testování nové podoby webových stránek firmy AR Cars s.r.o., bude využito služeb hostingové společnosti Hostmonster.com, která splňuje veškeré výše zmíněné požadavky na hosting a vítězí také v poměru užitná hodnota / cena.

3.3. Instalace, úpravy a nastavení redakčního systému

3.3.1. Instalace redakčního systému

Instalace systému WordPress je poměrně jednoduchá. Stačí si stáhnout z oficiálních stránek balík souborů obsahující kompletní systém. Všechny tyto soubory nakopírovat na server.



Obrázek 18 - Postup instalace redakčního systému WordPress

Zdroj: vlastní

Dále je nutné vytvořit databázi a uživatele v rámci databázového systému MySQL. Tento krok se provádí zpravidla v administraci hostingu. Nejprve jsem vytvořil databázi s názvem `arcars`, poté jsem vytvořil uživatele s názvem `aruser` a nakonec tohoto uživatele k databázi přidal s veškerými přístupovými právy.

Nastavení databáze MySQL:

- Název databáze: **arcars**
- Název uživatele: **aruser**

Dále je potřeba editovat soubor `wp-config-sample.php` a doplnit přístupové údaje k databázi. Poté je potřeba soubor přejmenovat na `wp-config.php`.

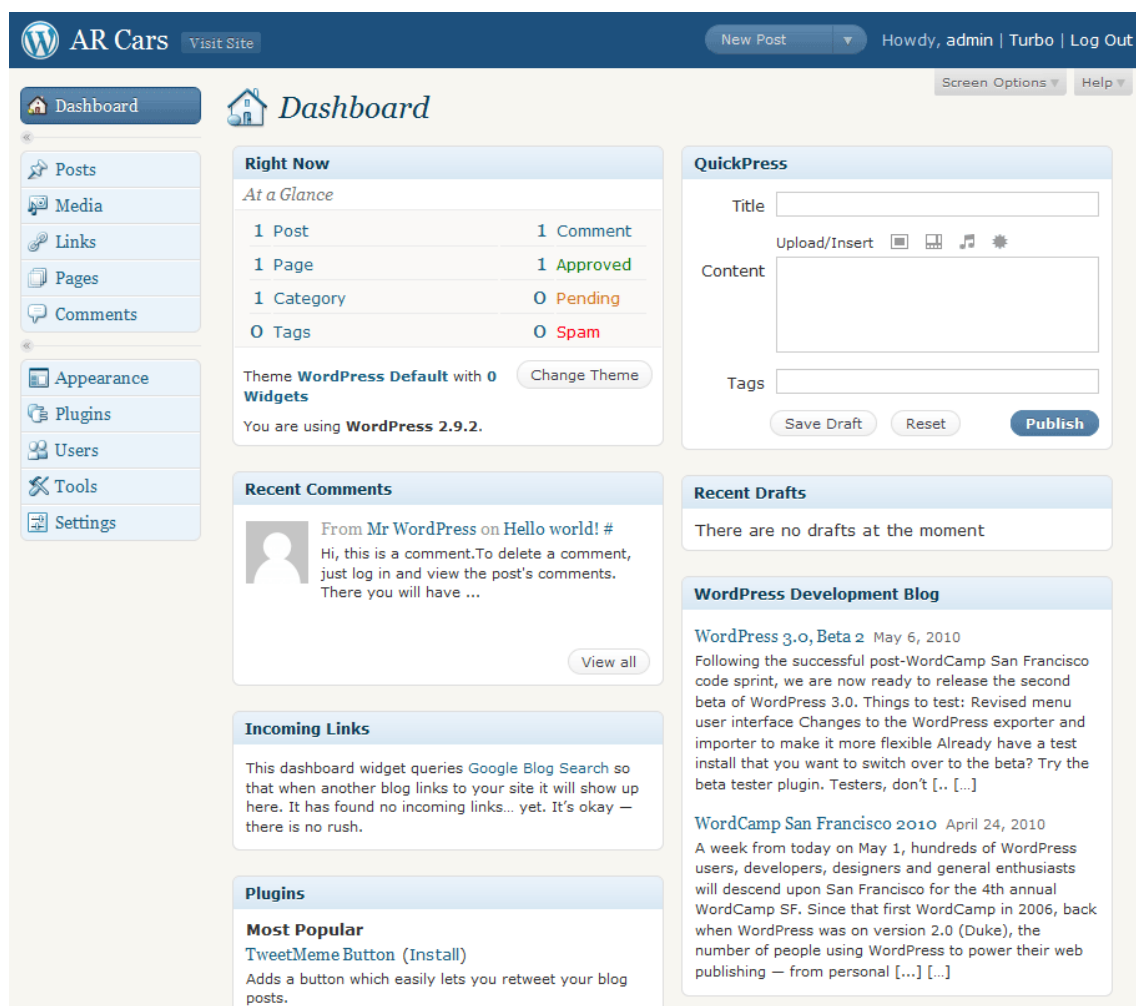
```
17 // ** MySQL settings - You can get this info from your web host ** //
18 /** The name of the database for WordPress */
19 define('DB_NAME', 'arcars');
20
21 /** MySQL database username */
22 define('DB_USER', 'aruser');
23
24 /** MySQL database password */
25 define('DB_PASSWORD', ' ');
26
27 /** MySQL hostname */
28 define('DB_HOST', 'localhost');
29
30 /** Database Charset to use in creating database tables. */
31 define('DB_CHARSET', 'utf8');
32
33 /** The Database Collate type. Don't change this if in doubt. */
34 define('DB_COLLATE', '');
```

Obrázek 19 - Editovaný soubor `wp-config.php`

Zdroj: vlastní

Nakonec je potřeba pouze spustit instalační skript redakčního systému, který se nachází na adrese `../wp-admin/install.php`. Po jeho načtení se zobrazí formulář s možnostmi nastavení titulku stránky, kontaktní email a možnost povolení indexace stránek internetovým vyhledávačům jako je např. Google.

Pokud proběhne instalace v pořádku, jsou zobrazeny přístupové údaje s vygenerovaným heslem do administrace redakčního systému. Nyní se stačí do administrace přihlásit a je možné redakční systém spravovat.



Obrázek 20 - Náhled na administrační rozhraní redakčního systému WordPress

Zdroj: vlastní

3.3.2. Základní nastavení redakčního systému

V první řadě je potřeba nastavit informační strukturu webu, která bude v rámci redakčního systému WordPress tvořena kategoriemi, do kterých budou zařazovány jednotlivé stránky.

Dále je potřeba také nastavit formát url odkazů, tak aby odpovídaly nastavené informační struktuře stránky a zobrazovaly názvy jednotlivých kategorií a názvy jednotlivých textových stránek. To je důležité zejména pro uživatelskou přívětivost a také z hlediska SEO.

Nastavení „hezkých“ URL v rámci administrace systému WordPress:

`/%category%/%postname%/`

V rámci redakčního systému je také potřeba vytvořit uživatelské účty s přidělenými přístupovými právy pro zaměstnance firmy, kteří budou webové stránky spravovat.

Základní uživatelem bude administrátor, který bude moci přistupovat k celé administraci webových stránek, včetně její konfigurace. Druhým typem uživatelských účtů budou klasické zaměstnanecké účty, které budou mít právo měnit nabídku skladových vozů, upravovat textové informace na stránkách apod. Třetím typem uživatelů pak bude určena pouze pro redakční část uživatelů, kteří budou moci pouze přidávat články v rámci aktualit.

3.3.3. Instalace potřebných plug-inů

Redakční systém WordPress obsahuje pouze základní funkčnost. Ta je ovšem velmi snadno rozšiřitelná pomocí plug-inů, kterými lze systém upravit a doplnit přesně podle požadavků na jakoukoli webovou stránku. Jednotlivé plug-iny lze najít buďto samostatně na internetu nebo v přehledném katalogu plug-inů na oficiálních stránkách <http://wordpress.org/extend/plugins/>. Po stažení je potřeba soubory nahrát na server do složky `.../wp-content/plugins/` a poté je v administraci aktivovat.

V případě webové prezentace firmy AR Cars s.r.o. je pak potřeba redakční systém doplnit hned několika plug-iny.

Akismet (verze 2.2.7)

Plug-in slouží k ochraně proti komentářovému spamu. Není jej však potřeba do redakčního systému přidávat, je v něm preinstalován již v základní verzi.

Adresa stránek: <http://akismet.com>

All in One SEO Pack (verze 1.6.10.2)

Tento plug-in značně rozšiřuje funkčnost WordPressu v oblasti SEO, s jehož pomocí dosáhne administrátor maximálního nastavení všech titulků, klíčových slov a META tagů. Rozšíření je vhodné jak pro laiky, když není potřeba nic nastavovat, tak i pro zkušenější uživatele, kteří dostanou pod kontrolu všechny aspekty optimalizace stránky pro vyhledávače.

Adresa stránek: <http://semperfiwebdesign.com>

Google XML Sitemaps (verze 3.2.3)

Generuje soubor sitemaps ve formátu XML, který obsahuje odkazy na veškeré stránky a podstránky v rámci webu. Tento soubor pak zjednodušuje jeho prohledávání robotovi vyhledávače Google, který tak snáz indexuje veškerý obsah.

Adresa stránek: <http://www.arnebrachhold.de/redir/sitemap-home/>

Google Analytics for WordPress (verze 3.2.5)

Plug-in zajišťuje plnou provázanost mezi webovou stránkou a nástrojem Google Analytics, který slouží k analýze návštěvnosti. Dokáže sledovat nejen prohlížení jednotlivých stránek v rámci webové prezentace, ale také prohlížení obrázků, stahování souborů nebo kliky na reklamní bloky reklamního systému Google AdSense.

Adresa stránek: <http://yoast.com/wordpress/analytics/>

Lightbox 2 (verze 2.9.2)

Umožňuje efektivní načítání a prohlížení fotografií na webové stránce za pomoci JavaScriptu.

Adresa stránek: <http://www.stimuli.ca/lightbox/>

AddThis (verze 1.6.4)

Plug-in umožňuje návštěvníkům webové stránky jednoduše přidat odkaz na tuto stránku do některého z odkazovacích kalatogů jako je např. Digg.com a Delicious.com nebo do RSS čteček jako je např. Google Reader.

Adresa stránek: <http://www.addthis.com>

Simple Facebook connect (verze 0.2)

Toto rozšíření integruje do webové stránky propojení se sociální sítí Facebook v rámci funkcionality Facebook Connect.

Adresa stránek: <http://ottopress.com/wordpress-plugins/simple-facebook-connect/>

Twitter Tools (verze 2.3.1)

Toto rozšíření zajišťuje integraci mezi webovou stránkou a účtem na komunitní síti Twitter.com.

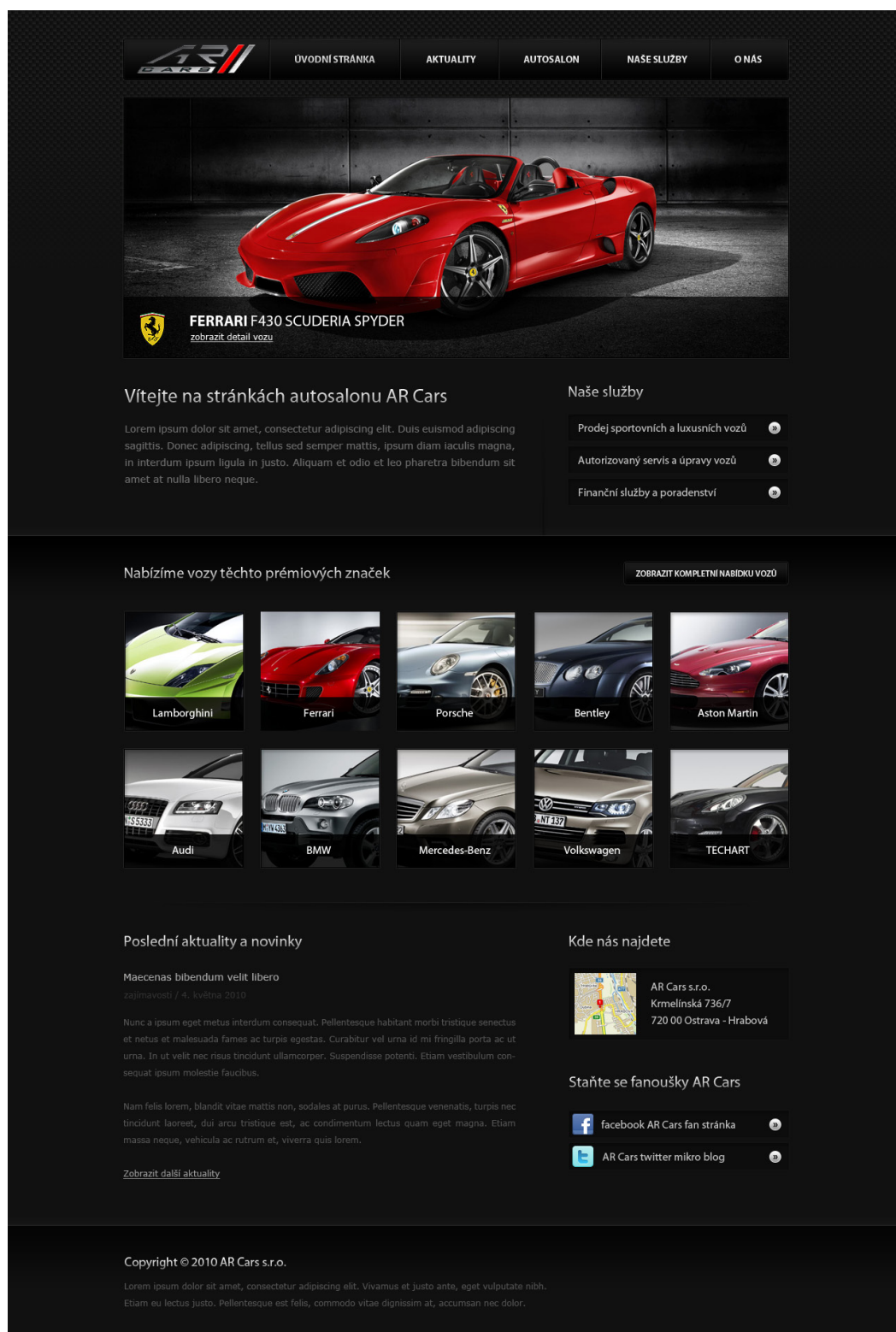
Adresa stránek: <http://alexking.org/projects/wordpress/>

WPtouch iPhone Theme (verze 1.9.12)

Toto rozšíření umožňuje zobrazování webové stránky optimalizované pro mobilní přístroje Apple iPhone, iPad a iPod Touch v nativním a kompaktním designu.

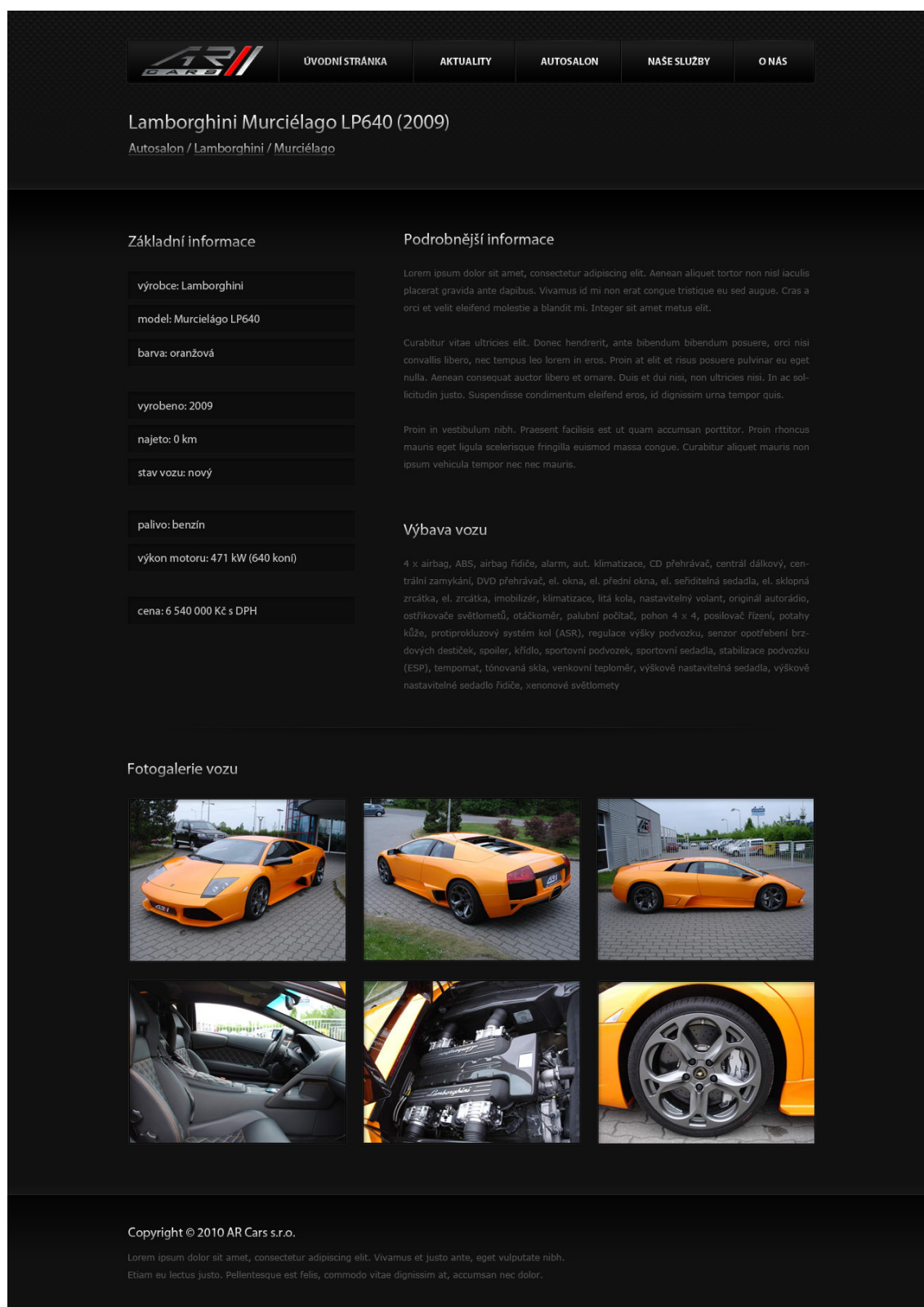
Adresa stránek: <http://bravenewcode.com/products/wptouch/>

3.4. Návrh designu stránky



Obrázek 21 - Náhled na design úvodní stránky

Zdroj: Vlastní



Obrázek 22 - Náhled na design stránky s detailem vozu

Zdroj: Vlastní

3.5. Tvorba a nasazení šablony pro redakční systém

3.5.1. Rozřezání a nakódování návrhu designu

Jednotlivé grafické návrhy stránek je nyní potřeba rozřezat na menší obrázky, tak aby z nich mohly být nakódovány základní HTML šablony webu.

Nyní budou vytvořeny 4 základní šablony webové stránky – úvodní stránka, textová stránka, stránka s výpisem produktů a stránka s detailem produktu. Výsledkem tedy jsou 4 soubory HTML a jeden společný soubor kaskádových stylů CSS. Jednotlivé HTML soubory obsahují základní rozvržení stránek bez jakéhokoli obsahu. Soubor CSS pak obsahuje definici všech stylů pro kompletní webové stránky.

Základní HTML a CSS soubory návrhu designu:

- `index.html`
- `textova-stranka.html`
- `vypis-produktu.html`
- `detail-produktu.html`
- `style.css`

3.5.2. Vytvoření a nasazení šablony

Vytvoření šablony pro redakční systém WordPress není těžké a je k dispozici kompletní dokumentace a to na adrese http://codex.wordpress.org/Blog_Design_and_Layout.

K propojení základních HTML šablon se systémem WordPress je potřeba v nich veškeré dynamické prvky nahradit PHP skripty obsahující volání předpřipravených funkcí systému. Názvy i parametry těchto funkcí jsou pak vypsány ve zmiňované dokumentaci.

Příklad volání PHP funkce v rámci šablonovacího systému WordPress:

```
<?php bloginfo('name'); ?>
```

Tento PHP skript obsahuje volání funkce `bloginfo()` s parametrem `name`. Výsledkem této funkce tedy bude vypsání názvu webové stránky, který se vyplňoval na začátku instalace systému WordPress, případně jej lze pohodlně změnit v administraci.

Tento PHP skript tedy vložím v šabloně například do hlavičky mezi tagy `<title></title>`.

3.6. Internetový marketing

3.6.1. Optimalizace pro vyhledávače (SEO)

S ohledem na optimalizaci pro vyhledávače byl redakční systém WordPress rozšířen o potřebné nástroje a nastavení. Tyto zlepšení se týkají zejména on-page faktorů, tedy těch faktorů SEO, které se týkají samotných webových stránek.

Off-page faktory, jako je množství a kvalita zpětných odkazů, již budou záviset na samotných zaměstnancích firmy, kteří budou obsah stránek sami tvořit a spravovat. Nápomocná jim k tomu bude provázanost s komunitními a sociálními sítěmi.

Faktory nové webové stránky zlepšující SEO:

- Redakční systém bude generovat validní a sématicky správný kód
- Systém generuje „hezké“ URL jednotlivých stránek
- Web je navržen tak, aby obsahoval množství interních odkazů
- Systém automaticky generuje XML soubor `sitemaps.xml`
- Na základě obsahu stránky jsou automaticky generovány také titulky, klíčová slova a další META tagy v hlavičce HTML dokumentu

3.6.2. Reklamní systémy

V rámci reklamního systému Sklik společnosti Seznam.cz, a.s. jsem vytvořil několik reklamních kampaní, jejichž součástí jsou navržené textové inzeráty, které by mohly přilákat nové potencionální zákazníky. Všechny kampaně a jednotlivé inzeráty jsou navrženy s ohledem na vypracovanou analýzu klíčových slov na str. 34.

The screenshot shows the Sklik advertising system interface. At the top is the Sklik logo and a dropdown menu for 'Prohlížený účet:'. Below this is a navigation bar with tabs: 'Kampaně', 'Statistiky', 'Nástroje', and 'Nastavení'. The 'Kampaně' tab is active, and the sub-tab 'Vytvoření nové kampaně' is selected. The main heading is 'Vytvoření inzerátu'. Below this is a progress bar with four steps: '1. Označení', '2. Vytvoření inzerátu' (current step), '3. Zadání klíčových slov', and '4. Nastavení ceny'. A dropdown menu 'Vyplnit inzerát:' is set to 'Žádný'. The main form area contains a preview of the ad text: 'Referenční vozy Audi', 'prodej referenčních vozů Audi', 'nízké ceny s možností ČSOB leasingu', and the URL 'AR-Cars.cz/autosalon/Audi'. Below the preview are input fields for 'Titulek 1:', 'Popisek 1:', 'Popisek 2:', 'Viditelné URL:', and 'Cílové URL:', each with a character count. At the bottom are 'Zpět' and 'Pokračovat' buttons.

Field	Value	Remaining Characters
Titulek 1:	Referenční vozy Audi	Zbývá 5 znaků
Popisek 1:	prodej referenčních vozů Audi	Zbývá 6 znaků
Popisek 2:	nízké ceny s možností ČSOB leasingu	Zbývá 0 znaků
Viditelné URL:	AR-Cars.cz/autosalon/Audi	Zbývá 10 znaků
Cílové URL:	http://www.ar-cars.cz/autosalon/audi	Zbývá 988 znaků

Obrázek 23 - Náhled na administrační rozhraní reklamního systému Sklik

Zdroj: vlastní

Reklamní kampaně navržené v rámci systému Sklik:

- Nabídka referenčních vozů Audi, BMW a Mercedes
- Nabídka sportovních automobilů Ferrari, Lamborghini, Porsche
- Nabídka luxusních vozů Bentley a Aston Martin

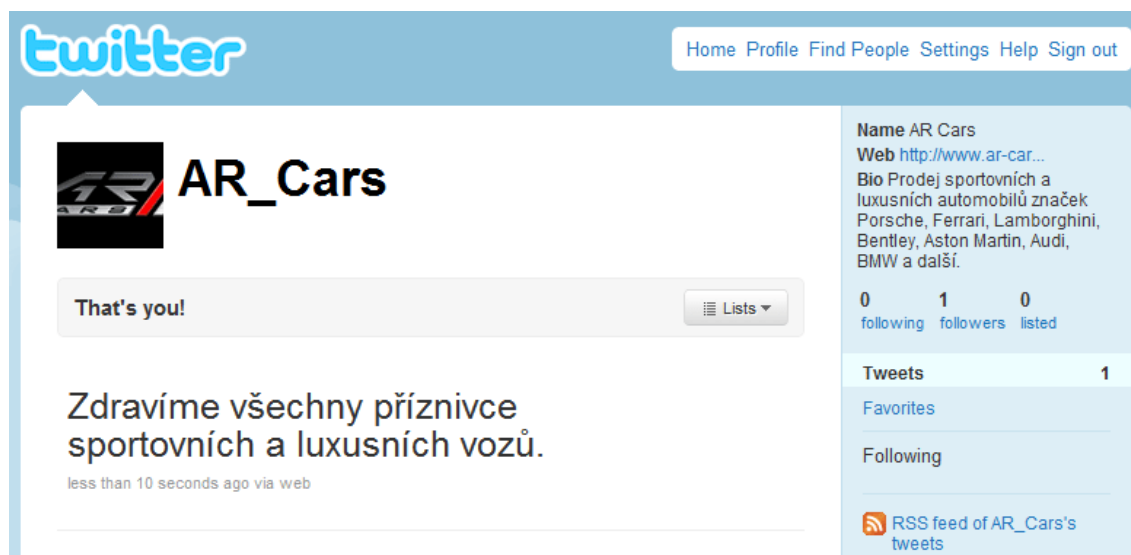
- TECHART individuální úpravy vozů značky Porsche
- Dovoz vozidel ze zahraničí (Německo, Anglie a USA)
- Autorizovaný servis automobilů

3.6.3. Propojení s komunitními a sociálními sítěmi

V rámci rozšíření redakčního systému WordPress došlo k propojení webových stránek se sociálními a komunitními sítěmi Facebook a Twitter.

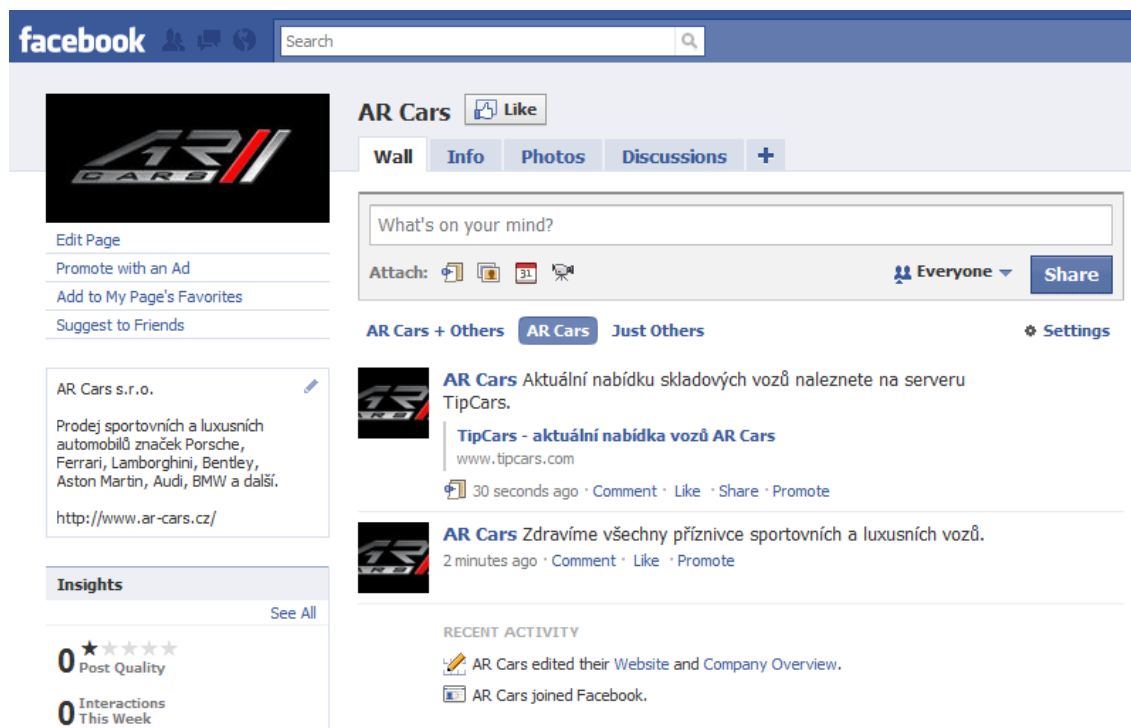
Byl vytvořen účet firmy na mikroblogovacím serveru Twitter. Vytvořený profil firmy lze nalézt na adrese http://www.twitter.com/ar_cars/. Na komunitním serveru Facebook pak byla vytvořena speciální stránka pro fanoušky a zákazníky firmy, která se nachází na adrese <http://www.facebook.com/pages/AR-Cars/128246967186811>.

Na obou těchto sítích bude postupně vytvářena komunita příznivců a budou zde prezentovány novinky a zajímavosti týkající se jak samotné firmy, tak sportovních a luxusních vozů.



Obrázek 24 - Náhled na Twitter profil firmy AR Cars

Zdroj: vlastní



Obrázek 25 - Náhled na Facebook stránku firmy AR Cars

Zdroj: vlastní

4. Závěr

Nová webová prezentace firmy AR Cars s.r.o. běží na open source redakčním systému WordPress, který byl modifikován pro účely firemního webu s nabídkou aktuálních produktů, informacemi o nabízených službách, informacemi o firmě a možností vydávat aktuality s novinkami.

Pro webovou stránku byl navržen také moderní design v rámci corporate identity. Celá nová podoba webových stránek pak byla navržena s ohledem na analýzu současných stránek firmy, které jsou již nevyhovující z hlediska trendů a potřeb firmy.

Následně byla navržena také východiska internetového marketingu. Byly navrženy inzeráty v rámci reklamního systému Sklik. Součástí marketingu bylo také propojení webových stránek se sociálními a komunitními sítěmi Facebook a Twitter a zlepšení optimalizace pro vyhledávače.

V teoretické části jsem pak popsal základní technologie a postupy při tvorbě a návrhu webových stránek. Také jsem objasnil základní problematiku redakčních systémů a nastínil jejich možnosti a dostupné funkce.

Seznam použité literatury

Knižní zdroje

- [1] GUTMANS, Andi. *Mistrovství v PHP 5. 1.vyd. Brno: Computer Press, 2005. 520 s. ISBN 80-251-0799-X.*
- [2] KRCMÁŘ, Jakub. *Adobe Photoshop praktický webdesign. 1.vyd. Praha: Grada, 2007. 204 s. ISBN 80-247-1423-X.*
- [3] MCNULTY, Scott. *WordPress: efektivní publikování na webu. 1.vyd. 256 s. Brno: Zoner Press, 2009. ISBN 978-80-7413-042-7.*
- [4] STANÍČEK, Petr a kolektiv. *CSS: Hotová řešení. 1.vyd. Brno: Zoner Press, 2006. 268 s. ISBN 80-251-1031-1.*
- [5] ULLMAN, Larry. *PHP a MySQL: Nážorný průvodce tvorbou dynamických WWW stránek. 1.vyd. Brno: Zoner Press, 2004. 536 s. ISBN 80-251-0063-4.*
- [6] WEINMAN, Lynda. *Velká kniha webdesignu. 1.vyd. Brno: Zoner Press, 2004. 528 s. ISBN 80-868-1510-2.*
- [7] WELLING, Luke a THOMSON, Laura. *MySQL: Průvodce základy databázového systému. 1.vyd. Brno: Zoner Press, 2005. 256 s. ISBN 80-251-0671-3.*

Internetové zdroje

- [8] HADRAVA, Lukáš. *Pradědečkem internetu je arpanet. [online]. 2009 [cit. 2010-15-4]. Dostupný z WWW: <<http://www.ct24.cz/veda-a-technika/65701-pradedeckem-internetu-je-arpanet/>>.*
- [9] JANOVSKEÝ, Dušan. *Úvod do JavaScriptu. [online]. 2006 [cit. 2010-20-4]. Dostupný z WWW: <<http://www.jakpsatweb.cz/javascript/javascript-uvod.html>>.*
- [10] PROKOP, Marek. *Co je to XHTML. [online]. 2002 [cit. 2010-17-4]. Dostupný z WWW: <<http://www.sovavsiti.cz/c01242.html>>.*

- [11] STOHWASSER, Petr. *Co je to HTML*. [online]. 2010 [cit. 2010-17-4]. Dostupný z WWW: < <http://www.pestujemeweb.cz/obsah/html/html-tagy-struktura.php>>.
- [12] ZANDL, Patrick. *O významu tagů a tagování*. [online]. 2007 [cit. 2010-15-4]. Dostupný z WWW: < <http://www.certodej.cz/view/o-v-znamu-tag-a>>.

Seznam obrázků

Obrázek 1 - Rozdělení webových stránek podle typu	11
Obrázek 2 - Ukázka kódu jazyka HTML.....	12
Obrázek 3 – Vývojové verze jazyka XHTML.....	13
Obrázek 4 - Vzorec pro vytvoření moderního statického webového dokumentu	14
Obrázek 5 - Ukázka kódu jazyka CSS.....	15
Obrázek 6 - Ukázka zdrojového kódu jazyka PHP.....	16
Obrázek 7 - Struktura požadavků na databázový systém	17
Obrázek 8 - Struktura funkčnosti redakčních systémů	23
Obrázek 9 - Pohled na showroom a sídlo firmy	25
Obrázek 10 - Interiér showroomu s vystavenými vozy	26
Obrázek 11 - Obsahová struktura nové verze webové prezentace firmy	27
Obrázek 12 - Logo společnosti AR Cars s.r.o.	28
Obrázek 13 - Náhled na menu současné verze webu.....	29
Obrázek 14 - Náhled na úvodní stránku současné verze webu.....	29
Obrázek 15 - Náhled na hlavičku současné verze webu.....	30
Obrázek 16 - Hlavní struktura webové stránky (menu).....	38
Obrázek 17 - Příklad struktury řazení kategorií produktů	39
Obrázek 18 - Postup instalace redakčního systému WordPress	42
Obrázek 19 - Editovaný soubor wp-config.php.....	43
Obrázek 20 - Náhled na administrační rozhraní redakčního systému WordPress.....	44
Obrázek 21 - Náhled na design úvodní stránky	48
Obrázek 22 - Náhled na design stránky s detailem vozu.....	49
Obrázek 23 - Náhled na administrační rozhraní reklamního systému Sklik	52
Obrázek 24 - Náhled na Twitter profil firmy AR Cars.....	53
Obrázek 25 - Náhled na Facebook stránku firmy AR Cars	54

Seznam tabulek

Tabulka 1 - Analýza klíčových slov a jejich hledanosti	35
--	----